

PERANCANGAN MODEL BISNIS PEMBIBITAN IKAN NILA DI UMKM IKAN NILA JALET DENGAN MENGGUNAKAN METODE BUSINESS MODEL CANVAS

1st Aqila Maulida
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
aqilamaulida@telkomuniversity.ac.id

2nd Budi Sulistyio
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
budisulis@telkomuniversity.ac.id

3rd Sinta Aryani
Fakultas Rekayasa Industri
Telkom University
Bandung, Indonesia
sintatelu@telkomuniversity.ac.id

Abstrak — UMKM Ikan Nila Jalet merupakan usaha budidaya ikan yang berlokasi di Kabupaten Ciamis sejak 2021 hingga saat ini. UMKM menghadapi masalah tidak tercapainya target pendapatan Rp 20.000.000 per tahun. Faktor penyebab utama yaitu kurangnya diversifikasi produk, keterbatasan inovasi dalam teknik budidaya, serta strategi pemasaran yang kurang efektif. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, penelitian ini menggunakan *Business Model Canvas* untuk mengevaluasi dan perbaikan model bisnis. Melalui analisis yang mendalam terhadap model bisnis yang ada, yaitu meliputi pengamatan langsung, wawancara dengan pihak perusahaan, serta studi literatur, Pengidentifikasi SWOT dilakukan untuk mengenali kekuatan, kelemahan, peluang, serta ancaman. Hasil SWOT kemudian dijadikan dasar untuk merancang model bisnis yang lebih inovatif dan berkelanjutan. Beberapa perbaikan yang diusulkan dalam model bisnis baru meliputi perluasan segmen pelanggan dengan melibatkan UMKM Kuliner, penambahan pada saluran distribusi dengan memanfaatkan platform media sosial. Pada blok *value proposition* mengembangkan variasi jenis lain seperti ikan lele, ikan patin, dan ikan gurami serta penambahan produk olahan ikan fillet dan abon ikan. Dan juga memanfaatkan teknologi bioflok. Penambahan juga terdapat pada blok *revenue streams* yaitu berasal dari diversifikasi produk. Dengan adanya perubahan model bisnis, dilakukan simulasi finansial untuk membandingkan pendapatan eksisting dan pendapatan usulan.

Kata kunci— Model bisnis, *Business Model Canvas*, UMKM Ikan Nila Jalet, Budidaya ikan nila, Teknologi bioflok, Simulasi Finansial

I. PENDAHULUAN

Indonesia, dengan wilayah yang terdiri dari 17.499 pulau dan luas sekitar 7,81 juta km², memiliki sumber daya perikanan dan kelautan yang sangat kaya. Dari luas total tersebut, 3,25 juta km² adalah lautan, 2,55 juta km² adalah Zona Ekonomi Eksklusif, sementara sisanya 2,01 juta km² adalah daratan [1]. Salah satu komoditas unggulan dalam perikanan air tawar Indonesia adalah ikan nila (*Oreochromis sp.*), yang dikenal dengan potensi besar untuk dikembangkan. Budidaya ikan nila, dari cara tradisional hingga super intensif, menjadi salah satu komoditas air tawar yang paling bernilai karena kelebihanannya seperti kemudahan budidaya,

pertumbuhan cepat, nilai ekonomi yang tinggi, dan sangat tahan terhadap perubahan lingkungan [2]. Di Indonesia, ikan nila adalah salah satu dari sepuluh komoditas budidaya yang paling penting. Usaha perikanan harus dikembangkan karena kebutuhan masyarakat akan ikan [3]. UMKM Ikan Nila Jalet mencatat penjualan produk kepada konsumen individu dan konsumen bisnis pada tahun 2021-2023 sebagai berikut:



Terdapat beberapa masalah yang dialami oleh UMKM Ikan Nila Jalet, masalah utama pada *key resources* yaitu belum memiliki infrastruktur dan peralatan yang memadai untuk menjalankan operasi budidaya ikan secara optimal. Masalah kedua pada *channel* yaitu pemasaran yang dilakukan hanya berupa *word of mouth*. Dimana era teknologi zaman sekarang, sudah mudah untuk mempromosikan produk yang ditawarkan. Masalah ketiga yaitu *value proposition* yaitu kurangnya keunikan produk dibandingkan oleh kompetitor. UMKM Ikan Nila Jalet hanya menawarkan jenis produk yang terbatas.

Masalah yang dihadapi UMKM Ikan Nila Jalet akan dilakukan analisis kondisi bisnis saat ini dengan menggambarkannya ke dalam *business model canvas*. Dengan adanya model bisnis baru, diharapkan UMKM Ikan Nila Jalet dapat mencapai target pendapatan.

II. KAJIAN TEORI

A. Business Model Canvas

[8] menciptakan BMC, sebuah alat atau kerangka kerja yang membantu bisnis merancang, menggambarkan, dan memahami komponen penting dari model bisnis mereka. Mereka terdiri dari kesembilan komponen berikut:

1. *Customer Segment*, menentukan kelompok pelanggan atau pasar yang ditargetkan
2. *Value Propositions*, yang menunjukkan keuntungan khusus yang ditawarkan kepada pelanggan.
3. *Channels*, yaitu cara bisnis menjangkau konsumen
4. *Customer Relationship*, jenis hubungan yang dibangun dengan pelanggan untuk menjaga loyalitas.
5. *Revenue Streams*, mengidentifikasi cara bagaimana bisnis menghasilkan pendapatan.
6. *Key Resources*, sumber daya kunci yang diperlukan untuk mengoperasikan model bisnis
7. *Key Activities*, aktivitas atau proses yang harus dilakukan untuk menjalankan model bisnis.
8. *Key Partnership*, mitra yang diperlukan untuk membuat model bisnis berfungsi.
9. *Cost Structure*, biaya-biaya utama yang harus dikeluarkan untuk menjalankan model bisnis.

B. Value Proposition Design

Sebuah proses terstruktur untuk menciptakan nilai baru bagi pelanggan. *Value Proposition Design* digunakan sebagai kerangka kerja untuk memastikan kesesuaian antara pasar dan produk [3]. Alat ini terdiri dari dua bagian, yaitu:

1. *Customer Profile*, yang memberikan penjelasan rinci tentang segmen pelanggan tertentu dalam model bisnis. *Customer Profile* terdiri dari tiga bagian yaitu *Customer Jobs*, *Pains* dan *Gains* [3]
2. *Value Proposition*, sebuah alat analisis strategis yang digunakan untuk memvisualisasikan dan memahami bagaimana pelanggan menilai produk atau jasa suatu perusahaan dalam hubungannya dengan pesaing. *Value Proposition* memiliki tiga aspek yaitu, *Product and Services*, *Pain Reliever*, dan *Gain Creators*.

C. Analisis SWOT

SWOT Analysis, yang mencakup Kekuatan, Kelemahan, Peluang, dan Ancaman, merupakan metode evaluasi yang digunakan untuk menilai faktor internal dan eksternal yang mempengaruhi kinerja suatu organisasi. Analisis ini terdiri dari empat elemen utama: kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman.

D. Matriks TOWS

Untuk merancang strategi bisnis, Matriks TOWS mencakup kolom-kolom yang mengintegrasikan faktor-faktor internal dan eksternal perusahaan, yaitu Strategi WT, WO, ST, dan SO. [4].

III. METODE

Penelitian ini difokuskan untuk mengembangkan usulan perbaikan model bisnis bagi produk UMKM Ikan Nila Jalet. Proses perancangan model bisnis dimulai dari tahap awal yang meliputi perumusan masalah, penetapan tujuan penelitian, identifikasi manfaat penulisan, penyusunan sistematika penulisan, dan perancangan metodologi penelitian. Selanjutnya, tahap pengumpulan data dilakukan

melalui wawancara dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet untuk memahami model bisnis yang ada serta wawancara dengan konsumen guna memperoleh profil konsumen dan menganalisis data lingkungan bisnis. Dari data yang terkumpul, dilakukan analisis SWOT yang kemudian dibahas dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet untuk proses skoring. Setelah skoring, analisis dilakukan menggunakan matriks TOWS untuk mengidentifikasi value proposition, customer relationship, company infrastructure, dan cost/revenue streams. Berdasarkan hasil strategi yang telah disusun, dilakukan pengembangan value proposition canvas dan business model canvas yang diusulkan untuk produk UMKM Ikan Nila Jalet.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Business Model Canvas Eksisting

Mengacu pada data yang diperoleh dari observasi dan wawancara yang telah dilakukan oleh pihak UMKM Ikan Nila Jalet dan wawancara kepada pelanggan, didapatkan business model canvas eksisting:



Gambar 1. Business Model Canvas Eksisting

B. Customer Profile

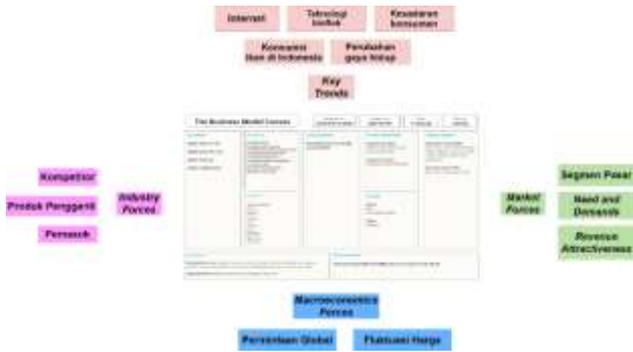
Customer profile, yang menggambarkan kebutuhan dan keinginan konsumen, diperoleh dari wawancara dengan konsumen individu dan bisnis. Profil ini mencakup tiga aspek utama: customer jobs, customer pains, dan customer gains, yang digambarkan sebagai berikut:



Gambar 2. Customer profile

C. Business Model Environment

Berikut merupakan data lingkungan bisnis dari UMKM Ikan Nila Jalet:



Gambar 3. Business Model Environment

D. Analisis SWOT, Matriks TOWS dan Strategi Usulan

Pada tahapan analisis SWOT, strength dan weakness didapatkan dari kondisi perusahaan, sedangkan opportunity dan threat didapatkan dari kondisi eksternal perusahaan. Identifikasi SWOT dilakukan pada setiap blok pada business model canvas yang selanjutnya dilakukan penilaian oleh pihak UMKM Ikan Nila Jalet menggunakan google form.

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk value proposition:

Factor Proposition	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menyediakan ikan nila sesuai yang dibutuhkan (5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Variasi produk yang terbatas (4,5) 2. Beban operasional sistem pakan dan pemantauan pakan (5)
Opportunity <ol style="list-style-type: none"> 1. Pengembangan produk (5) 2. Pengembangan teknologi budik (5) 3. Memberikan layanan fast respon (4,3) 4. Produk Ready Stock (4,7) 5. Pelayanan yang ramah untuk pelanggan (4,7) 6. Produk mudah didapatkan (4,7) 7. Transparansi informasi mengenai proses produksi (4,7) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan produk untuk meningkatkan variasi produk seperti ikan lele, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan (S1, O1) 2. Menyesuaikan teknologi budik untuk meningkatkan kualitas, efisiensi dan hasil produksi ikan nila (S1, O2) 3. Memberikan layanan fast respon dengan kualitas produk yang terjangkau (S1, O3) 4. Kotornya produk ready stock dengan produk yang berkualitas dapat memulainya pemantauan pakan (S1, O4) 5. Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan menyediakan produk yang berkualitas sesuai kebutuhan (S1, O5) 6. Produk yang berkualitas dan mudah didapatkan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan (S1, O6) 7. Meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi mengenai proses produksi (S1, O4) 	
Threat <ol style="list-style-type: none"> 1. Pesang baru (4,3) 2. Perubahan preferensi pelanggan (4,3) 		

Gambar 4. Matriks TOWS Value Proposition

No.	Uraian	Keterrangan	Risk
1.	Meningkatkan kualitas produk untuk meningkatkan inovasi produk seperti ikan lele, ikan patin, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan.	Membuatkan produk ikan nila sesuai yang unggul untuk meningkatkan variasi produk baru, seperti ikan lele, ikan patin, ikan gurami, ikan fillet, abon, ikan pemanggang perikanan paku yang beragam.	Factor Proposition
2.	Menggunakan teknologi budik untuk meningkatkan kualitas, efisiensi dan hasil produksi ikan nila.	Teknologi budik menggunakan budidaya ikan dengan layanan yang menggunakan budik untuk meningkatkan kualitas air, meningkatkan efisiensi pemantauan pakan, dan menghasilkan ikan berkualitas lebih tinggi.	Factor Proposition
3.	Memberikan layanan fast respon dengan kualitas produk yang terjangkau.	Mengajukan pelayanan pelanggan dengan respon cepat dan jaminan kualitas produk, sehingga meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.	Factor Proposition
4.	Ketertarikan produk ready stock dengan produk yang berkualitas dapat memulainya pemantauan pakan.	Produk ready stock yang berkualitas tinggi memulainya pemantauan pakan yang stabil dan dapat meningkatkan layanan pelanggan.	Factor Proposition
5.	Memberikan pelayanan yang terbaik untuk pelanggan dan menyediakan produk yang berkualitas sesuai kebutuhan.	Fokus pada pelayanan pelanggan yang prima dan menjaga kualitas produk dapat meningkatkan kepuasan dan loyalitas pelanggan.	Factor Proposition
6.	Produk yang berkualitas dan mudah didapatkan meningkatkan daya tarik bagi pelanggan.	Produk berkualitas yang tersedia secara mudah dan cepat dapat menarik lebih banyak pelanggan dan mendukung penjualan berulang.	Customer
7.	Meningkatkan kepercayaan pelanggan melalui transparansi informasi mengenai proses produksi.	Transparansi tentang cara produk diproduksi, mulai dari bahan baku hingga proses akhir, dapat meningkatkan kepercayaan dan loyalitas pelanggan terhadap produk yang ditawarkan.	Factor Proposition

Gambar 5. Strategi Usulan Value Proposition

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk customer interface:

Customer Interface	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Memiliki konsistensi indeks (4,7) 2. Memiliki konsistensi basis (5) 3. Adanya toko fisik (5) 4. Berkonsistensi dari media komunikasi (4) 5. Fokus pada kualitas produk (4,7) 6. Personal assistance (4,7) 7. Broadcast melalui Whatsapp (4,7) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus pada kualitas produk dan menyediakan tempat untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama (S1, O1) 2. Memberikan layanan personal assistance dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (S1, O2) 3. Menggunakan broadcast Whatsapp untuk cross selling produk olahan ikan (S1, O3)
Opportunity <ol style="list-style-type: none"> 1. UMKM Skalier (4,3) 2. Pengembangan media sosial (Instagram, YouTube, Facebook, TikTok) (4,3) 3. Menyediakan tempat untuk produk olahan (4,3) 4. Survey kepuasan pelanggan (4,7) 5. Cross selling (5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Fokus pada kualitas produk dan menyediakan tempat untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama (S1, O1) 2. Memberikan layanan personal assistance dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan (S1, O2) 3. Menggunakan broadcast Whatsapp untuk cross selling produk olahan ikan (S1, O3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Melakukan pengembangan media sosial untuk meningkatkan data pasar dan memperluas jaringan pasar (W1, O2)
Threat <ol style="list-style-type: none"> 1. Persaingan pasar (4,3) 2. Perubahan preferensi pelanggan (-4,3) 3. Ruginya pemasaran (-1,3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menggunakan personal assistance untuk menyesuaikan dengan perubahan preferensi pelanggan (S1, T2) 	

Gambar 6. Matriks TOWS Customer Interface

No.	Uraian	Keterrangan	Risk
1.	Fokus pada kualitas produk dan menyediakan tempat untuk menarik pelanggan baru dan mempertahankan pelanggan lama	Mengapa kualitas produk selalu lebih untuk mempertahankan pelanggan - Memberikan tempat produk olahan seperti fillet atau abon dan dapat menarik perhatian pelanggan baru dan mempertahankan konsistensi terhadap kualitas.	Customer Relationship
2.	Memberikan layanan personal assistance dan melakukan survey kepuasan pelanggan untuk meningkatkan pengalaman pelanggan.	Layanan personal assistance dapat meningkatkan hubungan dengan pelanggan dan memberikan pengalaman yang lebih baik. Survey kepuasan pelanggan membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan dan memastikan pelanggan merasa dihargai.	Customer Relationship
3.	Menggunakan broadcast Whatsapp untuk cross selling produk olahan ikan	Broadcast melalui Whatsapp dapat digunakan untuk mempromosikan produk-produk tambahan seperti fillet dan abon ikan kepada pelanggan yang sudah ada, meningkatkan penjualan melalui strategi cross selling.	Customer Relationship
4.	Melakukan pengembangan media sosial untuk meningkatkan data pasar dan memperluas jaringan pasar	Menggunakan media sosial untuk melakukan survey, polling, dan analisis data dapat membantu mengumpulkan informasi pasar yang berharga dan memperluas jaringan produk UMKM.	Customer
5.	Menggunakan personal assistance untuk menyesuaikan dengan perubahan preferensi pelanggan	Layanan personal assistance memungkinkan UMKM untuk menyesuaikan dan menyesuaikan perubahan preferensi pelanggan dengan cepat, memastikan bahwa kebutuhan pelanggan selalu terpenuhi.	Customer Relationship

Gambar 7. Strategi Usulan Customer Interface

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk cost/revenue streams:

Cost/Revenue Streams	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi produk (4,7) 2. Diversi teknologi budik (5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan berkelanjutan oleh pelanggan (5)
Opportunity <ol style="list-style-type: none"> 1. Diversifikasi produk (4,7) 2. Diversi teknologi budik (5) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan pelanggan untuk mengembangkan ikan nila, ikan patin, ikan gurami dan pemanggang produk olahan ikan fillet dan abon ikan (S1, O1) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menawarkan sumber pendapatan dengan menjual berbagai varian ikan dan produk olahan (W1, O1) 2. Menawarkan teknologi budik untuk mengurangi biaya pakan (W2, O2)
Threat <ol style="list-style-type: none"> 1. Perubahan preferensi konsumen (4,3) 2. Potensi bencana alam (4) 		

Gambar 8. Matriks TOWS Cost/Revenue Streams

No.	Uraian	Keterrangan	Risk
1.	Membuatkan pelayanan untuk mengembangkan ikan nila, ikan patin, ikan gurami dan pemanggang produk olahan ikan fillet dan abon ikan.	Diversifikasi produk dengan pengembangan produk ikan nila, ikan patin, ikan gurami dan pemanggang produk olahan ikan fillet dan abon ikan.	Revenue Stream
2.	Memberikan sumber pendapatan dengan menjual berbagai varian ikan dan produk olahan.	Diversifikasi produk akan membuat bisnis lebih stabil dan tahan terhadap fluktuasi harga pakan. Selain itu, dengan menawarkan berbagai varian produk, perusahaan dapat menarik lebih banyak pelanggan.	Revenue Stream
3.	Menggunakan teknologi budik untuk mengurangi biaya pakan.	Penggunaan teknologi budik dapat secara signifikan mengurangi biaya produksi, terutama biaya pakan. Selain itu, teknologi ini juga dapat meningkatkan efisiensi air dan kualitas ikan.	Cost/Revenue

Gambar 9. Strategi Usulan Cost/Revenue Streams

Berikut merupakan matriks TOWS dan strategi usulan untuk company infrastructure:

Company Infrastructure	Strength	Weakness
	<ol style="list-style-type: none"> 1. Infrastruktur yang memadai (4,7) 2. Melakukan pembelian tipe ikan, pakan ikan yang berkualitas (4,7) 3. Melakukan pengelolaan lokasi dan pemeliharaan ikan secara berkala (5) 4. Melakukan pemantauan dan penjualan (4,7) 5. Melakukan pengujian financial setiap tahun (4,3) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Keterbatasan jumlah tenaga kerja (-1,3) 2. Tidak memiliki keterkaitan dengan supplier (4,7) 3. Ketergantungan pada pemasok bahan baku dalam proses produksi (4,7) 4. Proses produksi memakan waktu yang lama (-5)
Opportunity <ol style="list-style-type: none"> 1. Pemantauan teknologi baru budik (5) 2. Melakukan kerjasama baru dengan lebih banyak supplier (4,3) 3. Melakukan kerjasama dengan UMKM Skalier (4,7) 4. Ekspansi ke pasar baru melalui pemasaran langsung (4,3) 5. Mengikuti dan menarik menjadi ikan fillet dan abon (4,7) 6. Mengembangkan kegiatan pemasaran melalui media sosial (4,7) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan infrastruktur yang memadai untuk mengoptimalkan produksi budik (S1, O1) 2. Melakukan kerjasama dengan pemasok kualitas produk dengan pemasok media sosial (S1, O4, O6) 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mengembangkan teknologi budik untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi ketergantungan pada tenaga kerja (W2, O1) 2. Menawarkan layanan baru dengan lebih banyak supplier untuk mengurangi risiko ketergantungan (W2, O2)
Threat <ol style="list-style-type: none"> 1. Ketidastabilan konsistensi ikan memengaruhi produk bahan baku (4,7) 		

Gambar 10. Matriks TOWS Company Infrastructure

No.	Uraian	Keterangan	Risk
1.	Menggunakan infrastruktur yang memadai untuk mengimplementasikan teknologi berbasis	Membuatkan infrastruktur yang ada untuk menerapkan teknologi berbasis, yang dapat meningkatkan efisiensi produksi ikan dengan sistem pengaliran air yang lebih baik dan pengaturan lahan yang lebih optimal.	Kep. Asuransi
2.	Menyediakan pasar melalui peningkatan kapasitas produksi dengan melakukan pemetaan dan pemasaran melalui media sosial.	Meningkatkan kapasitas produksi dan memanfaatkan media sosial untuk meningkatkan pasar yang lebih luas, meningkatkan penjualan, dan memperluas kehadiran online.	Kep. asuransi, Charwell
3.	Mengimplementasikan teknologi berbasis untuk meningkatkan efisiensi produksi dan mengurangi keterpaparan pada tenaga kerja	Menerapkan teknologi berbasis untuk meningkatkan produktivitas dengan biaya operasional yang lebih rendah dan mengurangi ketidakefisienan serta tenaga kerja manual.	Kep. Asuransi
4.	Membangun kerjasama baru dengan lebih banyak supplier untuk mengurangi risiko keterpaparan.	Mengalin komunikasi dengan berbagai pemasok untuk memastikan pasokan bahan baku yang stabil dan mengurangi risiko keterpaparan pada satu pemasok tunggal.	Kep. Partner

Gambar 11. Strategi Usulan Company Infrastructure

E. Value Proposition Canvas

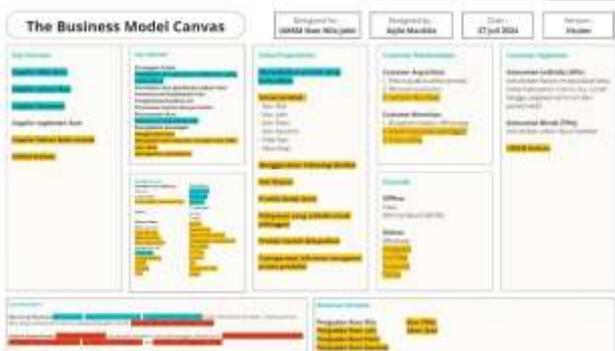
Value Proposition Canvas digunakan sebagai alat untuk menguraikan nilai proposisi dengan cara yang lebih terperinci, terorganisir, dan mendalam. Pemetaan ini mencakup tiga elemen utama: pain relievers, gain creators, serta produk dan layanan dipetakan sebagai berikut:



Gambar 12. Value Proposition Canvas

F. Business Model Canvas Usulan

Berdasarkan hasil penelitian mulai dari analisis SWOT, perancangan strategi usulan dengan menggunakan matriks TOWS, customer profile yang didapatkan dari hasil wawancara, analisis business model environment sampai dengan perancangan value proposition. Berikut merupakan hasil rancangan business model canvas untuk UMKM Ikan Nila Jalet:



Gambar 13. Business Model Canvas Usulan

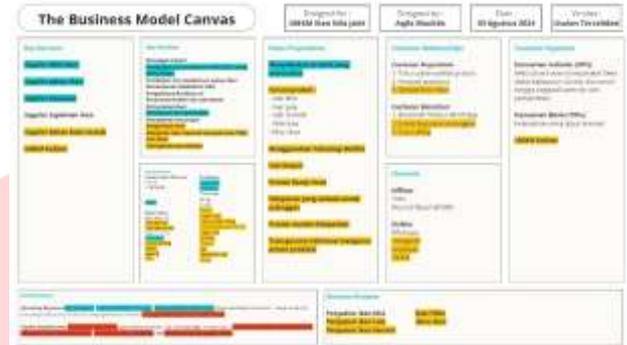
G. Verifikasi Hasil Rancangan

Tahap akhir dari perancangan Business Model Canvas usulan untuk UMKM Ikan Nila Jalet adalah memverifikasi hasil rancangan model bisnis yang telah dilakukan oleh peneliti melalui diskusi dengan pembimbing tugas akhir guna memastikan kesesuaian data, keterkaitan antar blok, dan logika berfikir. Berdasarkan hasil verifikasi, ditemukan

bahwa penyusunan Business Model Canvas usulan sudah komprehensif dan keterkaitan hasil antar setiap blok sudah memadai.

H. Validasi Hasil Rancangan

Validasi hasil rancangan Business Model Canvas yang diusulkan hanya mencakup validasi dari feasibility risk melalui diskusi dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet. Hasil diskusi dengan pihak UMKM Ikan Nila Jalet terkait validasi business model canvas usulan pada gambar berikut:



Gambar 14. Business Model Canvas Tervalidasi

I. Simulasi Finansial

Simulasi finansial berisikan tentang perbandingan pengeluaran dan pendapatan setelah adanya usulan. Berikut merupakan pengeluaran eksisting UMKM Ikan Nila Jalet:

Item	Harga	Total (Tahun) 2025	Total (Tahun) 2026	Total (Tahun) 2027
Biaya pakan ikan nila	Rp 12.000	Rp 6.000.000	Rp 6.120.000	Rp 6.242.400
Biaya bibit ikan nila	Rp 500	Rp 648.000	Rp 660.960	Rp 674.179
Biaya pembelian kemasan	Rp 145.800	Rp 145.800	Rp 148.716	Rp 151.690
Biaya suplemen ikan	Rp 100.000	Rp 100.000	Rp 102.000	Rp 104.040
Biaya utilitas	Rp 150.000	Rp 150.000	Rp 153.000	Rp 156.060
Gaji karyawan	Rp 2.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000	Rp 6.000.000
Biaya perawatan kolam	Rp 300.000	Rp 300.000	Rp 306.000	Rp 312.120
Pembelian peralatan	Rp 2.000.000	Rp 2.060.000	Rp 2.121.800	Rp 2.185.454
Pemasangan infrastruktur	Rp 1.000.000	Rp 1.030.000	Rp 1.060.900	Rp 1.092.727
Total		Rp 16.433.800	Rp 16.673.376	Rp 16.918.671

Gambar 15. Pengeluaran Total Eksisting

Pengeluaran usulan pada model bisnis UMKM Ikan Nila Jalet sebagai berikut:

Item	Harga	Total (Tahun) 2025	Total (Tahun) 2026	Total (Tahun) 2027
Biaya Bibit Ikan	Rp 2.250.000	Rp 4.545.000	Rp 4.635.900	Rp 4.728.618
Biaya Pakan Ikan	Rp 43.810.200	Rp 44.686.404	Rp 45.580.132	Rp 46.491.735
Biaya pembelian kemasan	Rp 600.000	Rp 612.000	Rp 624.240	Rp 636.725
Biaya suplemen ikan	Rp 200.000	Rp 204.000	Rp 208.080	Rp 212.242
Biaya utilitas	Rp 500.000	Rp 510.000	Rp 520.200	Rp 530.604
Biaya perawatan kolam	Rp 200.000	Rp 204.000	Rp 208.080	Rp 212.242
Gaji karyawan	Rp 8.000.000	Rp 8.160.000	Rp 8.323.200	Rp 8.489.664
Biaya gas	Rp 200.000	Rp 204.000	Rp 208.080	Rp 212.242
Biaya bahan baku masak	Rp 1.000.000	Rp 1.020.000	Rp 1.040.400	Rp 1.061.208
Tempat Kotakan (PVC)	Rp 8.478.000	Rp 8.647.560	Rp 8.820.511	Rp 8.996.921
Besi/Baja Ring	Rp 2.119.500	Rp 8.647.560	Rp 8.820.511	Rp 8.996.921
Pompa Air	Rp 1.800.000	Rp 2.161.890	Rp 2.205.128	Rp 2.249.230
Sistem Aerasi / Aerator	Rp 2.400.000	Rp 1.836.000	Rp 1.872.720	Rp 1.910.174
Sistem Filter	Rp 3.000.000	Rp 2.448.000	Rp 2.496.960	Rp 2.546.899
Pipa PVC dan fitting	Rp 5.332.000	Rp 3.060.000	Rp 3.121.200	Rp 3.183.624
Alat Pengukur Kualitas Air	Rp 3.000.000	Rp 5.459.040	Rp 5.568.221	Rp 5.679.589
Perlengkapan untuk produksi ikan dan fillet ikan	-	Rp 3.060.000	Rp 3.121.200	Rp 3.183.624
Pisau Fillet	Rp 100.000	-	-	-
Gunting	Rp 25.000	Rp 102.000	Rp 104.040	Rp 106.121
Pembersih ikan	Rp 10.000	Rp 25.500	Rp 26.010	Rp 26.530
Mesin pencering abon	Rp 1.000.000	Rp 10.200	Rp 10.404	Rp 10.612
Mesin pengemas	Rp 1.000.000	Rp 1.020.000	Rp 1.040.400	Rp 1.061.208
Wajan besar	Rp 70.000	Rp 1.020.000	Rp 1.040.400	Rp 1.061.208
Kompor gas	Rp 300.000	Rp 71.400	Rp 72.828	Rp 74.285
Total		Rp 14.327.250	Rp 9.551.500	Rp 9.742.530
Total		Rp 112.041.804	Rp 109.220.345	Rp 111.404.752

Gambar 16. Pengeluaran Total Usulan

Selanjutnya pendapatan eksisting UMKM Ikan Nila Jalet:

Tahun	2021	2022	2023
Pendapatan	Rp 18.144.000	Rp 16.800.000	Rp 15.792.000

Gambar 17. Pendapatan Eksisting

Pendapatan usulan pada model bisnis UMKM Ikan Nila Jalet sebagai berikut:

Produk	Harga per Kg (Rp)	Jumlah Produksi per Tahun (Kg)	Pendapatan 2025 (Rp)	Pendapatan 2026 (Rp)	Pendapatan 2027 (Rp)
Ikan Nila	Rp 28.000	1.624	Rp 39.968.000	Rp 40.098.000	Rp 41.511.360
Ikan Lele	Rp 23.000	1.624	Rp 35.624.000	Rp 36.537.500	Rp 37.064.400
Ikan Cumi	Rp 40.000	1.624	Rp 67.000.000	Rp 68.140.000	Rp 69.502.800
Ikan Fillet	Rp 18.000	16	Rp 288.000	Rp 287.000	Rp 286.400
Akron Ikan	Rp 37.000	16	Rp 592.000	Rp 593.000	Rp 593.000
Total Pendapatan			Rp 133.125.000	Rp 135.787.500	Rp 138.503.250

Gambar 18. Pendapatan Usulan

Hasil perhitungan dari pengeluaran dan pendapatan yang akan diperoleh oleh UMKM Ikan Nila Jalet dengan menerapkan model bisnis usulan. Pendapatan meningkat dibandingkan dengan pendapatan eksisting dikarenakan adanya diversifikasi produk yaitu ikan nila, ikan lele, ikan gurami, ikan fillet dan abon ikan serta penggunaan teknologi bioflok. Teknologi bioflok dapat mempersingkat masa panen yaitu 2 bulan sekali. Berikut merupakan pendapatan bersih dari pengeluaran dan pendapatan model bisnis eksisting dan usulan:

Tahun	Pengeluaran	Pendapatan	Pendapatan bersih	Margin Keuntungan
2025	Rp 16.433.800	Rp 18.144.000	Rp 1.710.200	9%
2026	Rp 16.673.376	Rp 16.800.000	Rp 126.624	1%
2027	Rp 16.918.671	Rp 15.792.000	-Rp 1.126.671	-7%

Gambar 19. Pendapatan bersih model bisnis eksisting

Berikut merupakan perbandingan pengeluaran, pendapatan, pendapatan bersih dan margin keuntungan pada model bisnis usulan:

Tahun	Pengeluaran	Pendapatan	Pendapatan bersih	Margin Keuntungan
2025	Rp 112.041.804	Rp 133.125.000	Rp 21.083.196	16%
2026	Rp 109.220.345	Rp 135.787.500	Rp 26.567.155	20%
2027	Rp 111.404.752	Rp 138.503.250	Rp 27.098.498	20%

Gambar 20. Pendapatan bersih model bisnis usulan

V. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa rancangan business model canvas usulan telah berhasil dibuat. Rancangan ini kemudian diverifikasi dan divalidasi dengan mempertimbangkan risiko kelayakan. Hasil akhirnya digunakan sebagai dasar evaluasi, sehingga diperoleh business model canvas yang tervalidasi.

REFERENSI

[1] O. Pratama, "Konservasi perairan sebagai upaya menjaga potensi kelautan dan perikanan Indonesia. Direktorat

Jenderal Pengelolaan Ruang Laut," Diakses melalui <https://kkp.go.id/djprl/artikel/21045-konservasi-perairansebagai-upaya-menjaga-potensi-kelautan-dan-perikanan-indonesia>, 2020.

[2] Undang-Undang Republik Indonesia No.9 Tahun 1985, "UU Nomor 9 Tahun 1985".

[3] Undang-Undang Republik Indonesia No. 31 Tahun 2004, "PRESIDEN REPUBLIK INDONESIA."

[4] E. Centyana, "Centyana, E. (2014). Substitusi tepung kedelai dengan tepung biji koro pedang (Canavalia ensiformis) terhadap pertumbuhan, survival rate dan efisiensi pakan ikan nila merah," 2014.

[5] B. Murtidjo and A. B. M. P. I. Air, "Tawar," Yogyakarta: Kanisius, 2005.

[6] (KKP) Kementerian Kelautan dan Perikanan, "Satu Data Kementerian Kelautan dan Perikanan Produksi Nasional Perikanan Budidaya Tahun 2018. Jakarta 2018."

[7] Ciamis SADATA, "Data Kelautan dan Perikanan."

[8] A. Osterwalder and Y. Pigneur, BUSINESS MODEL GENERATOR. WILEY. 2010.

[9] A. Maurya, Running lean. " O'Reilly Media, Inc.," 2022.

[10] A. Osterwalder, Y. Pigneur, G. Bernarda, and A. Smith, Value proposition design: How to create products and services customers want. John Wiley & Sons, 2015.

[11] H. Wehrich, "The TOWS matrix—A tool for situational analysis," Long Range Plann, vol. 15, no. 2, pp. 54–66, 1982.

[12] A. Puspitasari, A. Y. Isyanto, and S. Aziz, "PENERAPAN TEKNOLOGI BIOFLOK PADA BUDIDAYA IKAN NILA DI DESA CIBUNIASIH KABUPATEN TASIKMALAYA," Abdimas Galuh, vol. 2, no. 2, p. 175, Sep. 2020, doi: 10.25157/ag.v2i2.4101.

[13] F. Ombong and I. R. N. Salindeho, "Aplikasi teknologi bioflok (BFT) pada kultur ikan nila, Oreochromis niloticus) (Application of biofloc technology (BFT) in the culture of Nile tilapia, Oreochromis niloticus)," 2016.

[14] D. J. Bland and A. Osterwalder, Testing Business Ideas. WILEY, 2021.